
DESACRALIZACIÓN RELIGIOSA E IRONÍA EN TWITTER: EL FENÓMENO GUADALUPANO HIPERMEDIATIZADO*

*Religious desacralization and irony on Twitter:
The hypermediatization of the Virgen of Guadalupe phenomenon*

Margarita Zires Roldán**

Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México

ORCID: 0000-0001-7606-528X

Resumen

Este artículo presenta un análisis sociodiscursivo, retórico y enunciativo del *hashtag* @PreguntasParaLaVirgencita, convertido en *trending topic* el 12 de diciembre de 2012. En él se invitaba a elaborar interrogantes a la Virgen de Guadalupe de México. Surge entonces un espacio de interrogación lúdico colectivo, anónimo y de interpelación crítica en la red a uno de los símbolos religiosos de mayor importancia en México, difícil de cuestionar abiertamente en la sociedad mexicana. La ironía es el alimento que nutre este espacio en Twitter y que configura las múltiples formas paródicas y satíricas que adquieren los tuits. El estudio de este *hashtag* permite tener acceso a un proceso público de desacralización inédito de la figura guadalupana y a conocer cómo la parodia posmoderna permite tomar distancia sobre las representaciones pasadas, ironizarlas, ponerlas en duda, historizarlas y desnaturalizarlas.

Palabras clave: desacralizar, parodia, @PreguntasParaLaVirgencita, Twitter, *hashtag*.

Abstract

This article presents a socio discursive, rhetorical and enunciative analysis of the hashtag @PreguntasParaLaVirgencita, which became a "trending topic" on December 12, 2012. The hashtag invited people to pose questions to Mexico's Virgin of Guadalupe, giving rise to a collective and playful space for questioning directly this important figure on the Internet. This anonymous and critical space targeted one of the most important religious symbols in Mexico, who is difficult to openly interrogate in Mexican society. Irony energized this corner of Twitter, shaping the various parodic and satirical forms of each tweet. The study of this hashtag allows us access to an unprecedented public process for desacralizing this religious figure. The analysis points to how postmodern parody allows us to distance ourselves from past depictions and representations, to question them, make them ironic and historicize them.

Keywords: desacralization, parody, @PreguntasParaLaVirgencita, Twitter, hashtag.

Introducción

Cada vez más, se reconoce la importancia de analizar las redes sociodigitales para comprender los fenómenos religiosos contemporáneos, por lo que muchos estudiosos se están adentrando en ellas para encontrar materiales inéditos (Silva y Nalesso 2023; Romero, 2021). Este artículo presenta un análisis sociodiscursivo, de corte retórico y enunciativo, del *hashtag* @PreguntasParaLaVirgencita, que llegó a convertirse en tendencia el 12 de diciembre de 2012 y recobró fuerza en diciembre de 2013. En él se invitaba a generar interrogantes a la Virgen de Guadalupe de México y a plantear todo tipo de dudas. Se creó así un espacio digital colectivo, anónimo, que interrogaba a través de formas irónicas, paródicas y satíricas a uno de los símbolos religiosos de mayor relevancia histórica en México, difícil de criticar de forma abierta en la sociedad mexicana.

A través del estudio de este *hashtag*, se tiene acceso a un proceso público de desacralización inédito de la figura guadalupana, un espacio acotado –sin duda– en las redes sociodigitales, pero el cual llegó al fin y al cabo a convertirse en *trending topic* o tendencia en Twitter. Esto me lleva a plantear cómo concibo el espacio de un *hashtag*, qué entiendo por desacralizar, por ironía, parodia, sátira, y qué efectos tienen estas formas retóricas en la construcción de este discurso colectivo.

Los *hashtags* son espacios virtuales de articulación y discusión entre los usuarios de *Twitter* en torno a un tema. Son generados por los mismos usuarios de esta plataforma, en momentos coyunturales, con el fin de crear un lugar público de expresión más acotado y circunscrito alrededor de un asunto que se supone de interés amplio entre los tuiteros. Puede ser una problemática social, económica, política, cultural, del campo del entretenimiento o una ocurrencia cualquiera que busca resonancia pública. Se distinguen de acuerdo con la participación que generan a propósito de ellos, el tipo de usuarios que convocan, así como según su permanencia. El *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita que es de interés analizar aquí parece ser una ocurrencia que llegó a prender en el espacio tuitero en 2012 y se articuló a diferentes redes de usuarios,

convirtiéndose en un *trending topic* durante un día. Volvió a tomar fuerza en diciembre de 2013, porque lo reactivó un programa radial muy popular, "La Corneta", y en 2014 se esfumó.

Desacralizar a través de la ironía

Lo sagrado se manifiesta en toda comunidad como una realidad de un carácter diferente a la realidad natural, material o social que circunda al ser humano, una realidad que merece especial respeto. Desde los estudios fundadores de la sociología durkheimiana, se distingue claramente lo sagrado de lo profano, y dicha distinción contribuye a definir los fundamentos del fenómeno religioso.

Las cosas sagradas, -señala Durkheim- son aquellas protegidas y aisladas por las prohibiciones; las cosas profanas, aquéllas a las que se aplican las prohibiciones y que deben permanecer a distancia de las primeras. Las creencias religiosas son representaciones que expresan la naturaleza de las cosas sagradas y las relaciones que sostienen ya sea éstas entre sí, ya sea con las cosas profanas. (Durkheim, 1982, p. 81)

Desacralizar significa, por lo tanto, quitar el carácter sagrado a figuras, símbolos, imágenes, prácticas, rituales, instituciones: implica desautorizar, disminuirle crédito o reputación a lo que está ligado a lo sagrado y se ha definido como una realidad aparte y diferente, que merece un reconocimiento especial y está circundada por un conjunto de prohibiciones. Significa, asimismo, levantar el velo de la prohibición en un espacio hasta ahora intocable por lo profano. Aquello que estaba prohibido, censurado, en una comunidad, se revela como perteneciente a un orden natural o social que no merece ser tratado con un respeto especial. En términos sociodiscursivos, supone hacer pensable y verosímil lo que antes era impensable e inverosímil, lo que estaba penado por reglas del decir y del hacer infranqueables.

El símbolo guadalupano en el espacio tuitero que analizo aquí sufre un proceso de desacralización en estos términos. Desde el momento en que surge el *hashtag*, la tuitera que lo inicia genera

un marco desacralizador, del cual parece estar consciente y por ello lo hace explícito (ver imagen 1):

Imagen 1

Tuit que inicia la conversación en el hashtag



Fuente: ShitSoyAle, [@alee_cruuz], (12 de diciembre de 2012). Quisiera utilizar este Hashtag -> #PreguntasParaLaVirgencita (Pero siento que sería una falta de respeto) [Tweet]¹.

A pesar de la advertencia de la tuitera, la acción desacralizadora se ve simulada al introducir una ironía y utilizar una forma diminutiva cariñosa para dirigirse a la Virgen: "Virgencita".

La ironía es una figura retórica en la que se da a entender lo contrario de lo que se dice; es una inversión semántica. Etimológicamente está relacionada con la simulación, con la ignorancia fingida. En un sentido pragmático, la ironía se presenta generalmente bajo la forma de expresiones elogiosas que implican lo contrario, un juicio negativo.

A partir de ese primer tuit, quedan definidas gran parte de las reglas particulares del decir en este entorno virtual. Se trata de preguntas, de interrogantes. El espacio se convierte en un gran interrogatorio inquisitivo dirigido a la figura de la Virgen. Todo el que participa pregunta, interroga, lo cual deriva frecuentemente en burlas, reclamos y reproches a ella. De esa manera, queda claramente establecido el juego de participación. Esto lleva a que hasta los que son devotos y están en contra de este espacio, al sentirse ofendidos, participen también interrogando a la figura de la Virgen.

¹ https://twitter.com/alee_cruuz/status/278985961315119105

Cuando empezaba a formarse el *hashtag*, una tuitera -posiblemente creyente-, llega a escribir en él en forma de pregunta y con cierta inocencia: "Con todo respeto, creen que les va a contestar o que pedo?" Y otro tuitero les responde: "ya neta... Estamos en tiempos más liberales". Este es un ejemplo del tipo de conversación que se dio en el *hashtag* entre los que comulgaban y no comulgaban con el juego irónico y paródico que inundó este espacio digital.

La parodia es un discurso que recrea a otro discurso, humorísticamente, mediante la emulación o alusión irónica. En ese sentido, Linda Hutcheon (1993) habla de la superposición de dos discursos, de la incorporación de un discurso parodiado en un discurso parodiante. La parodia puede tener, por lo tanto, imitaciones burlonas, despectivas o de reverencia y de reconocimiento hacia el texto parodiado. Las parodias que encontramos en el *hashtag* analizado se caracterizan claramente por ser parodias burlonas, despectivas. En determinado momento, devienen claramente sarcásticas, en el sentido que expresan una ironía mordaz y cruel, con la que se ofende a la figura de la Virgen, a su imagen, al mito de la virginidad, al mito de la aparición guadalupano y a sus personajes, así como se atacan ciertos discursos religiosos, tal como veremos en los ejemplos más adelante.

Hutcheon también señala que, cuando la burla o ridiculización no intentan parodiar un discurso y ridiculizarlo, sino lo que se intenta ridiculizar son asuntos extratextuales, estamos hablando de sátira. En la conversación tuitera analizada aquí advertimos que la parodia despectiva del discurso mítico guadalupano estaba unida en muchas ocasiones a la sátira que, de acuerdo con esta autora, tiene como blanco la crítica y ataque a asuntos que van más allá de los discursos: se impugna claramente a los devotos, a los creyentes y peregrinos a la Villa, así como a las instituciones eclesiásticas.

Para poder entender mejor el tipo de conversación irónica, paródica y desacralizadora que se generó en el *hashtag* y saber a lo que aludían los tuiteros, es necesario brindar algunas referencias sociohistóricas del culto guadalupano en México y

sobre el proceso de mediatización e hipermediatización que ha sufrido en la actualidad.

Referencias sobre el fenómeno religioso guadalupano y su hipermediatización

En México y, en general en América, los conquistadores españoles se guiaron por una política similar de evangelización y conquista espiritual (Zires, 1994, pp. 282-286). Esta establecía, de acuerdo con el Concilio de Lima en 1552, que todos los ídolos y adoratorios debían ser quemados y que si eran "lugares decentes", se podía "edificar allí iglesia o a lo menos se ponga una cruz" (como se cita en Lafaye, 1977, p. 308). En México, se siguió esa política misionera y en el centro ceremonial a la diosa Tonantzin, en el Cerro del Tepeyac, al norte de la Ciudad de México, se erigió una ermita. De acuerdo con fray Francisco Bustamante, en 1556 ya existía un culto a una Virgen "intitulada de Guadalupe en donde se adoraría a una imagen pintada por un indígena llamado Marcos" (Bustamante, como se cita en De la Torre Villar y Navarro de Anda, 1982, p. 43).

En este contexto falta precisar de qué Virgen de Guadalupe se trataba. La Virgen de Guadalupe conocida en Europa en tiempos de la Conquista era la Virgen de Guadalupe de la región de Extremadura, de donde provenía Hernán Cortés, fiel devoto de esa Virgen (junto con otros guerreros españoles que participaron en la Conquista en lo que después se convertiría México). Ahora bien, si la imagen de la Virgen de Extremadura, -una virgen negra, con niño y de bulto- es totalmente diferente a la imagen de la virgen mexicana, ¿por qué entonces se le llamó y se llama Virgen de Guadalupe?

De acuerdo con diferentes autores y sin entrar demasiado en detalles, se puede decir que entre 1550 aproximadamente y 1600 hubo diferentes cambios de imágenes entre la figuración de la deidad Tonantzin y probablemente una primera imagen de una Virgen europea, tal vez la de la Virgen de Guadalupe de Extremadura, hasta que se introdujo la actual pintura de ayate (tela de maguey) con la Virgen morena de Guadalupe, y se cambiaron las fechas de calendario de fiestas de septiembre (cercana a la celebración de la Virgen de Extremadura) a diciembre (Zires, 1994, pp. 287-289).

Estos cambios de imágenes y fechas generaron un proceso por el cual el control de su veneración pasa a manos de las autoridades eclesiales en México, lo cual implicó la criollización tanto de dicho culto como de los beneficios económicos que este conllevaba.

Es interesante añadir que, según Lafaye, la tradición del relato de la aparición de la Virgen de Guadalupe del Tepeyac habría surgido en la misma época en que se cambiaron las imágenes y las fechas festivas, aproximadamente alrededor de 1587 (Lafaye, 1977, p. 345). En dicho relato se pueden entrever las huellas de la tradición de las narraciones aparicionistas de origen español o europeo de la Edad Media que describían el descubrimiento milagroso de imágenes de la Virgen María por pastores. Según las reglas de dicho género, hay una imagen o figura santa escondida; la Virgen se le aparece al pastor que está cuidando a sus animales, pide que se le erija una ermita y se realiza un milagro que le otorga autenticidad a la aparición.

Ese mismo esquema configura la narración de la aparición de la Virgen de Guadalupe de Tepeyac, aunque con ciertas modificaciones o añadidos particulares en relación con el contexto físico e histórico del lugar de la aparición, en los que se puede percibir un intento de apropiación particular de los símbolos cristianos por los indios y los criollos que les otorga una mayor legitimidad social (Zires, 1994, pp. 286–291).

En esta narración, el pastor es un indio convertido al catolicismo llamado Juan Diego. Todo ocurre el 12 de diciembre de 1531, en un lugar en el que antes existía una devoción a una deidad prehispánica, Tonantzin. En una de las apariciones de la Virgen a Juan Diego, él le dice que el obispo le solicita una prueba de su aparición para creerle, por lo que ella logra milagrosamente que Juan Diego recoja rosas de Castilla en el mismo cerro. En cuanto a la imagen, la Virgen del Tepeyac es morena, lo cual se interpreta como signo de que posee un origen criollo o indígena -según las épocas-. Además, no es negra, ni de bulto, ni proviene de España; es un producto sobrenatural, al quedar estampada la Virgen en el ayate del indio Juan Diego.

Este mito adquiere en el siglo XVIII y XIX un carácter cada vez más patriótico, dentro del patriotismo criollo y después

nacionalista. Cuando el cura Hidalgo y otros soldados tomaron la imagen de la Guadalupana como estandarte de las fuerzas insurgentes en el período de lucha por la independencia, no fue una casualidad. Estaban reconociendo la fuerza simbólica de la Virgen de Guadalupe, su capacidad de convocatoria, tal como los zapatistas la volvieron a considerar un siglo después, cuando se lanzaron a reclamar tierra y libertad llevando en sus sombreros la imagen de la Virgen de Guadalupe. El símbolo guadalupano, en su interpretación como fuerza rebelde, ha seguido acompañando en las últimas décadas las luchas de diferentes movimientos sociales. Además, la jerarquía católica en México y en el Vaticano han promovido su culto en el país y en toda América Latina en la batalla que enfrenta contra otras religiones que han ganado terreno, dentro de un contexto de mayor diversidad religiosa no solo en México. En 1985 es declarada Emperatriz de las Américas y en el México actual se ha promovido su culto en la beatificación de Juan Diego en 1990 y su canonización en 2002.

Nuevas interpretaciones y nuevas estrategias de evangelización han surgido a partir del surgimiento de las tecnologías comunicativas e industrias mediáticas. Entre ellas están múltiples cuentos ilustrados, historietas, programas radiofónicos y televisivos, películas y videos que circulan no solo en los circuitos de los medios de difusión masiva, sino también en las plataformas de las redes sociodigitales. Además, en las últimas décadas asistimos a un proceso de convergencia mediática. Por ello, los medios de comunicación no se pueden ver más aisladamente. Existe una articulación de sus tecnologías, de sus lenguajes y vinculación de sus discursos con las plataformas en Internet gracias a la digitalización de la información. Todo esto constituye un dispositivo hipermediático, en el que se vinculan los medios tradicionales, entre ellos, la prensa impresa y online, la radio y televisión en vivo y online, junto con los espacios digitales que posibilitan una mayor o menor interactividad y producción discursiva de los usuarios de Internet, como los blogs, los wikis y las plataformas de las redes sociales (como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram), todo ello vinculado actualmente a la telefonía móvil. En ese contexto hipermediático, formas convencionales del símbolo y mito guadalupanos circulan junto con interpretaciones visuales transgresoras y desacralizadoras en espacios sociodigitales sin

control de la institución eclesiástica, como es en el *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita.

Más allá de estas transformaciones mediáticas e hipermediáticas, el culto guadalupano en México persiste y sigue ligado a las creencias y dogmas católicos de la Virgen María en tanto Madre de Dios y "siempre virgen", o sea, de su perpetua virginidad, por lo cual engendró a Jesucristo siendo virgen y ascendió a los cielos una vez muerta en la tierra. Su culto también está vinculado al mito aparicionista, que fundamenta su origen en México y la creencia en su milagrosidad. Existen múltiples rituales que conforman el culto: las misas, los rosarios, las oraciones, los novenarios, canciones, como el Himno guadalupano, o la instalación de altares caseros o en lugares públicos; así como las peregrinaciones a la Basílica y ceremonias anuales en esta iglesia y tantas otras que celebran el día de la aparición de la Virgen a Juan Diego cada año, en la noche del 11 y 12 de diciembre con cohetes y juegos artificiales. A estos aspectos aluden precisamente los tuiteros, como se verá más adelante.

Estrategias metodológicas sociodiscursivas, retóricas y enunciativas

Para realizar este análisis, se recuperaron los 1489 tuits que incluía el *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita del 12 de diciembre de 2012 hasta finales de enero de 2014. Se realizó un estudio sociodiscursivo que implicó tomar en cuenta el contexto sociohistórico en que surgió el *hashtag* y atender a la manera como los tuits hacían alusión a ese contexto. De ahí que se hayan brindado en el apartado anterior ciertas referencias del fenómeno religioso guadalupano a las que remitían los tuits, entre otras alusiones que se irán incluyendo.

Se llevó a cabo un análisis de corte enunciativo para conocer el contexto de enunciación en el que emergieron los tuits por analizar. Para ello, se realizó una primera lectura detenida de todos los tuits, empezando por aquel que inició la conversación, y que sentó las bases de esta y la configuró en tanto interrogatorio al nombrar al *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita, como ya se mencionó arriba. Además, se estudiaron en general las reglas implícitas del tipo

de interacción y conversación que se iba generando en este espacio digital.

Definir el tuit como un “enunciado” llevó a que se estudiara no solo lo que este enuncia, sino la manera de enunciarlo, o sea, sus estrategias de enunciación implícitas. Para este análisis identificamos los sujetos de la enunciación, quién enuncia, desde qué modalidad, a quién se dirige el tuit, cómo se le nombra y califica y cómo se define ese acto de enunciación. Para ello se retomaron aportes del análisis de la enunciación derivados del pensamiento de Benveniste (1977). Este tipo de análisis permite aprehender el universo de sentido en el que se enmarca esta producción tuitera.

Se analizó el carácter de las preguntas que se formulaban a la figura de la Virgen y otro tipo de enunciados que conllevaban otras estrategias de enunciación como: la denuncia y la crítica social escritas en tercera persona, así como el reclamo y reproche dirigidos también en una forma más dialógica y en segunda persona a la Guadalupana. Para todo ello, se tomaron en cuenta también aportes de la teoría de la enunciación trabajados por Charaudeau y Maingueneau (2005).

Al detectar que el espacio del *hashtag* estaba configurado preponderantemente por las figuras retóricas relacionadas con la ironía, fue importante indagar la significación social que adquirirían. De ahí que se hayan analizado los aspectos particulares del fenómeno guadalupano que más suscitaban parodias, sátiras, sarcasmo y burlas, adquiriendo efectos desacralizadores particulares, a los que apuntamos ya arriba y que desarrollaremos más adelante.

Ya en trabajos anteriores, me ha parecido importante retomar los aportes de las diferentes disciplinas del lenguaje para analizar otras formas comunicativas ligadas al fenómeno religioso guadalupano (Zires y Pernasetti, 2015).

El análisis general del contexto de enunciación del *hashtag* incluyó también un conteo de las cuentas de Twitter que más habían participado o habían sido nombradas en el *hashtag*, así como de los tipos de tuits que más habían sido mencionados o retuiteados. Esto permitió obtener la proporción de menciones

en el conjunto de tuits del *hashtag*, así como conocer la tendencia de participación, para después visualizarla en nubes de palabras².

Análisis comparativo de las cuentas de 2012 y 2013

A partir de la presunción de que la dinámica del *hashtag* había cambiado en 2013, lo cual había afectado el contenido de los tuits, consideramos que había que realizar un análisis comparativo de las cuentas en 2012 y 2013. Se acumularon las 1.588 menciones de cuentas rastreadas en 2012 y las 657 menciones de las cuentas rastreadas en 2013 en el *hashtag*. Después se enlistaron las 25 cuentas que se encontraron en los primeros lugares de participación en las menciones y posteos de tuits en ambos años. Esto permitió saber el grado de participación en porcentaje respecto al total de casos y el lugar de importancia que alcanzaba cada cuenta en relación con el total. En primer lugar, pudimos constatar que las 25 cuentas de un año no se repetían con respecto de las del otro año. Eran otras cuentas, aunque interactuaban bajo las mismas reglas de conversación ligadas al lema del propio *hashtag*, a saber, interrogar a la figura guadalupana.

Al comparar el tipo de cuentas y los porcentajes de las cuentas de 2012 y 2013, pudimos corroborar que la conversación tuitera en 2012 había sido más espontánea, y que no incluía cuentas ligadas a los medios de comunicación masiva que la hubieran querido estimular para utilizarla en sus propias dinámicas de interacción o promoción con sus seguidores, lo cual se ve mucho

² El proceso de análisis llevado a cabo incluyó: 1) elaboración de bases de datos de las cuentas participantes en 2012 y 2013; 2) construcción de una base de los tuits, agrupados por tema referido y por casos exactamente repetidos; 3) estimación de la proporción de participación de las cuentas, mediante el cálculo del cociente del número de menciones que se hicieron de las mismas con respecto al total; con ello se generó una tabla con las más representativas; 4) visualización de nube de palabras del resultado; 5) estimación de la proporción de participación de los tuits, mediante el cálculo del cociente del número de tuits que se hicieron con respecto al total, con ello se generó una tabla con los más representativos; y 6) visualización de esta estimación mediante nube de palabras. Se contó con la ayuda para este análisis del especialista en análisis de redes sociodigitales Dr. Raúl Romero. Las visualizaciones se realizaron a través de RawGraph y Wordart.

en Twitter. Esto sí sucedió muy claramente en 2013: las principales cinco cuentas estaban ligadas al programa radial "La Corneta" en Los 40, 101.7 FM, una emisora del grupo Radiópolis. El programa es conducido por Eduardo Videgaray y José Ramón San Cristóbal, "El Estaca", que posee una gran audiencia radial. Es una emisión de entretenimiento que se arma con la información del día. Los conductores presentan notas fuera de lo común o critican con un humor ácido y en doble sentido temas de actualidad. Predominan el sarcasmo, la burla y el albur; por lo tanto, el contenido del *hashtag* estudiado estaba en concordancia con sus temas. Gran número de tuits publicados o retuiteados en este *hashtag* en 2013 estaban dirigidos a las cuentas de los conductores y al programa. De hecho, el tuit que inició la conversación el 12 de diciembre de 2013 y que revive al *hashtag* fue el de "La Corneta" (Imagen 2):

Imagen 2

Tuit que revive la conversación en 2013 en el hashtag



Fuente: La Corneta. [@lacornetafm]. (12 de diciembre de 2013). *Top 10 #PreguntasParaLaVirgencita No.1: "ola k ase, con el Espíritu Santo o k ase?"* [Tweet]³.

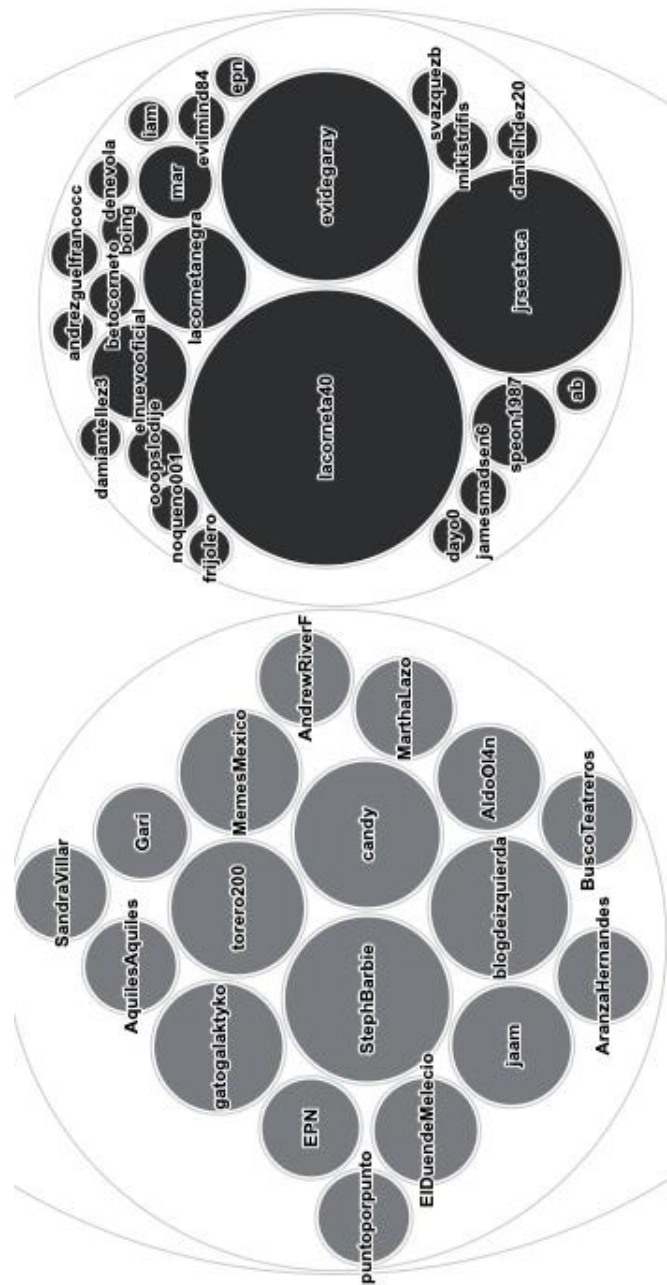
Como se puede apreciar, este tuit tuvo un impacto importante en 2013: 95 respuestas, 203 retuits y 208 compartidos.

Una visualización gráfica de la comparación en porcentajes de las cuentas entre 2012 y 2013 permite entender lo señalado arriba (ver imagen 3).

³ <https://twitter.com/lacornetafm/status/411237212672385024>

Imagen 3

Visualización gráfica comparativa de la proporción de participación de las cuentas entre 2012 y 2013



Fuente: Elaboración del especialista Dr. Raúl Romero con base en el corpus de cuentas participantes en el hashtag #PreguntasParaLaVirgencita (RawGraph)

La comparación permite visualizar que en 2012 hubo un mayor número de cuentas individuales que estaban participando con parecida predominancia en la conversación; mientras que, en 2013, las cuentas ligadas a la radio “La Corneta” y sus conductores tuvieron una participación totalmente dominante en las interacciones.

Temáticas predominantes en la conversación en el *hashtag* y su visualización gráfica

A partir de una cuantificación del contenido de los 1489 tuits que conformaban todo el *hashtag*, desde sus inicios en 2012 hasta principios de 2014, se lograron encontrar algunas temáticas principales que configuraron una parte importante de la conversación. Para ello, se enlistaron los 25 tuits que más se repitieron (ya sea a partir de su repetición exacta o pertenencia temática) y grado de porcentaje de participación respecto del total de casos (ver imagen 4).

Imagen 4

Visualizaciones de la frecuencia de tuits e importancia mediante nube de palabras



Fuente: Elaboración del especialista en análisis de redes sociodigitales Dr. Raúl Romero, con base en el corpus de los tuits en el *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita, tomando en cuenta su frecuencia y porcentaje de participación en el total de los tuits (Wordart).

Esta visualización va a servir como introducción al análisis de corte sociodiscursivo, ya que ilumina algunos de los temas que se van a desarrollar en este, y muestra algunos de los discursos que alimentaron transversalmente la conversación tuitera de una manera más amplia. Me interesa subrayar que:

- 1) Los tuits que sobresalen porcentualmente más en la gráfica están relacionados con memes muy populares como "Ola k ase"⁴ o "Si me robo el Wifi de una iglesia, estoy recibiendo la señal de Dios" o con canciones muy conocidas como "¿Qué le pasa a Lupita?" que invitan a preguntar; en ese mismo sentido, se puede mencionar la canción "Encontré la cadenita", que se transforma en "¿Dónde está la cadenita de Carmen?" en el contexto de juego irónico y de interrogantes al que invita el *hashtag*, así como la canción "La morena pide más", que se presta para el albur.
- 2) Los refranes en los tuits aparecen también nutriendo la conversación como: "El que se fue a la Villa perdió su silla", un juego de palabras que está ligado a la Basílica de Tepeyac o Villa, como se le llama comúnmente a esta, pero nuevamente formulado como pregunta: ¿es cierto que si me voy a la villa pierdo mi silla?
- 3) El programa televisivo "Rosa de Guadalupe", que desde 2008 sigue transmitiéndose en Televisa, y la comercialización de la fe guadalupana desempeñaron un papel importante en los juegos irónicos y de corte más serio en este espacio tuitero. De ahí que algunos tuits hayan ganado relevancia, como: "Algún día sentiré el vientecito de la Rosa de Guadalupe" y "es cierto que a ti también Televisa te explota".
- 4) Los tuits relacionados con los devotos, su supuesta ignorancia y su manera de celebrar a la Virgen, ocuparon un espacio porcentual importante de la conversación, en la que se puede advertir una crítica discriminatoria a ellos y dirigida a la figura de la Guadalupana en forma de reclamo y reproche, sobre todo por el ruido que provocarían los cohetes: "A ti si te

⁴ La grafía de los tuits originales se ha conservado en esta y las siguientes transcripciones.

dejaron dormir los pinches cohetes". Resulta importante retomar más adelante el clasismo y racismo de dichos comentarios.

- 5) Otros tuits remitían al contexto de poca popularidad del expresidente Peña Nieto ("peña nieto está pendejo o se hace") y a otras críticas sociales contra la Iglesia y ciertos grupos religiosos que no generaron tantos tuits; así como a reflexiones sociohistóricas y culturales que le otorgan un sentido político negativo a la figura de la Guadalupana en la historia de México, por incitar a la sumisión: "como le haces para no existir y tener tarada a toda una nación"; "por qué tienes a tus fanáticos en la miseria y en la ignorancia".

A gran parte de estos tuits y a otros que no gozaron de una frecuencia porcentual tan alta nos referiremos en el análisis sociodiscursivo para explicar más detenidamente el proceso de desacralización de la figura guadalupana en espacios de Twitter como el de #PreguntasParaLaVirgencita. Tomaremos en cuenta todos los tuits de 2012 a 2014.

Proceso de humanización de la figura guadalupana y producción memética

A partir del análisis de corte enunciativo del *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita, nos quedó claro desde su primera lectura que el interrogatorio al que invitaba este espacio digital implicaba bajar a la Virgen del pedestal en que se encuentra en el campo de la religión católica, para desprenderla del marco sagrado y humanizarla en todas sus acepciones, o sea, ponerla al mismo nivel que el tuitero. La mayoría de tuits se dirigen a ella por eso como "Lupita" y le preguntan como si fuera una niña: "¿Qué le pasa a la niña?" Ahí es donde la producción memética tuitera se pone en funcionamiento, a partir de las letras de canciones convertidas en memes con gran replicabilidad que introducen un ritmo festivo en este espacio sociodigital. Un ejemplo muy claro son los 64 tuits que retoman la frase con la que comienza la canción tan popular: "¿Qué le pasa a Lupita?", la cual, por cierto, inicia con una interrogación. A esa frase musical le siguen después otras frases que contagian: "¿Qué le pasa a la niña", "No sé", "no sé", "¿Qué quiere la niña", "Bailar"; y otro tuitero más tarde añade: "hace

paso de cha cha cha". El espacio tuitero nos coloca y ubica a la Virgen en la plaza de baile. Una tuitera asombrada postea advirtiendo lo que podría implicar ese juego: "No tienen temor de Dios": "#PreguntasParaLaVirgencita QUE TE PASA LUPITA? QUE ES LO QUIERES? @ElNuevoOficial @EVIDEGARAY @jrsestaca @lacorneta40 no tienen temor de Dios". La transgresión se hace explícita y la acusación a los culpables por dicha transgresión queda dedicada a los conductores de "La Corneta", aunque de forma irónica, ya que la tuitera también participa en ese mismo juego y no parece tampoco "tener temor de Dios".

Otros tuits retoman un meme que se hizo muy famoso por su replicabilidad en todo el mundo hispanohablante en el 2012: "Ola k ase", y que invitaba a decir lo que cada quien estaba haciendo en ese momento. Esta frase, que en sí es una pregunta, es recuperada en el contexto del *hashtag*, el cual incita, a su vez, a interrogar a la Virgen, por lo que muchos tuiteros la usaron para participar en la conversación preguntándole a ella: "Ola k ase", "k ase", así, sin añadir nada, mientras que otros le iban agregando palabras que aludían a lo que podría estar haciendo la Virgen "en su día de cumpleaños", o sea, "Ola k ase festejando su cumpleaños o k ase"; o a realizar lo que le corresponde a la Virgen: "apareciéndose en el Tepeyac o k ase"; y otros agregan más ocurrencias que van saliendo en la conversación en el *hashtag*, por lo cual la Virgen estaría "respondiendo las preguntas" o haciendo "milagros o k ase". Así, un gran número de tuiteros, impulsados precisamente por las cuentas relacionadas por "La Corneta" en diciembre 2013 retuitean 208 veces: "Ola k ase, con el Espíritu Santo o k ase"; mientras que otros postean sus propios tuits como respuesta: "ola que ace estando con el espíritu santo a keace?; "ola k ase está ligando con el espíritu santo o kase". El dogma católico que propone que el Hijo de Dios "se encarnó, es decir, fue engendrado de modo perfecto por Santa María, la siempre virgen, por obra del Espíritu Santo"⁵ se convierte en parodia y

⁵ Documento de la Santa Sede que habla de "María siempre virgen" https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/audiencias/1996/documents/hf_jp-ii_aud_19960828.html. En el catecismo católico en español del Vaticano se puede leer: "Jesucristo fue

en el hazmerreír en el *hashtag*: “¿Qué onda mi Lupita, cuando le ponemos Jesús al niño? Atte. El Espíritu Santo”; “#PreguntasParaLaVirgencita & el espíritu santo si estaba sabroso o porque le pusiste el cuerno a Jose con el ?”

Desde los tuits de 2012, la figura de la Virgen, una vez humanizada y convertida en Lupita, en una mujer común y corriente, poseía también deseos sexuales: “¿Qué tal lo hace el espíritu santo? #Picarona”; “¿Cuanto le media al "Espíritu Santo"?...” Y el tema de la virginidad no solo de la Virgen de Guadalupe, sino de la Virgen María, es sin duda uno de los temas que más ironía despierta: “¿De verdad eres virgen?”; “¿Entonces... ese día entre tu y José... nada?” El juego irónico nutre la simulación: No creo que existe, pero juego a creer que existe y le pregunto como si creyera en el dogma católico y como si tuviera simplemente unas dudas, la interrogo para que me saque de estas: “¿De verdad eres virgen?”; “o sea tienes hijos y eres virgen?” A veces, el tuitero no solo lanza la pregunta, sino que brinda además una respuesta en donde aparece el sentido burlón antes simulado: “A mi se me hace que el ángel Gabriel te cogió bien rico”. En algunos pocos casos, surge otro tipo de enunciación con un tono menos juguetón y confrontativo o sarcástico hacia la Virgen, y posiblemente, hacia la institución y la tradición que sustentan dichas creencias: “#PreguntasParaLaVirgencita neta crees que nos tragamos eso de que el espíritu santo te embarazo?”.

Dentro de ese entorno digital de ironía, la asociación del Espíritu Santo con la paloma tampoco faltó y los juegos de palabras y de doble sentido abundaron: “oye virjensita, apoco si se siente rico con palomas??”; “Serio serio, la paloma se rifaba mejor que José?” De esa manera, el juego de la ironía y el albur atravesaron más límites de la censura y del decir para abordar otro tipo de sexualidades prohibidas por el catolicismo que podría practicar la Virgen: “Por que le entraste a la Zoofilia¿? Acaso José no te satisfacía”¿?”; “Oye Virgencita si dios es tres es uno, te gustan los tríos?”; y otro tuitero trae una imagen que alude a la posible homosexualidad de la figura guadalupana a

concebido por obra y gracia del Espíritu Santo y nación de santa María Virgen”: https://www.vatican.va/archive/catechism_sp/p122a3p1_sp.html

través de una imagen del artista guatemalteco Alex Donis (imagen 5) que la muestra besándose con Maria Magdalena y con un título de "No sé" que posiblemente hace alusión en ese espacio digital a la letra de la canción que mencionamos antes: "¿Qué le pasa a Lupita?"; en donde se contesta: "No sé". La pintura forma parte de una serie de imágenes que mostraba a personajes famosos con puntos de vista totalmente opuestos besándose en parejas del mismo sexo. Dicha obra fue expuesta en 1997 en San Francisco, California, Estados Unidos. Seguramente en México habría generado mucha controversia y rechazo, como pasó cuando Rolando de la Rosa expuso una Guadalupeana con el rostro de Marilyn Monroe en 1988 y se canceló la exposición (Zires, 1992).

Imagen 5

Tuit que inserta la pintura de Alex Donis de la Virgen besándose con María Magdalena



Fuente: Rodríguez, P., [@luisgarcia_rdz] (12 de diciembre de 2013). #PreguntasParaLaVirgencita [Tweet]⁶.

Humanizada, sexualizada la Virgen y habiendo tenido un hijo, los tuiteros lanzan otro tipo de preguntas relacionadas con su cuerpo: de ahí que se aluda al parto y se le interrogue si cuando parió tuvo parto natural o cesárea y qué había pasado con su himen, si se había roto, si se lo habían reconstruido o era

⁶ https://twitter.com/luisgarcia_rdz/status/278989061472002049

simplemente elástico. El mundo de lo grotesco anidado en las entrañas de la Guadalupana, que sin duda está muy alejado de lo sagrado, aparece claramente siguiendo las reglas irónicas del espacio y de la parodia sobre su virginidad, de la "siempre virgen María", aunque de forma más profana y burlesca: "Cuando nació El Niño Dios, fue parto natural o cesárea?"; "Es cierto que eres tan Virgen que el niño Jesus nació por cesarea?? (beeee!)(aavemaria)"; "DESPUÉS DE TENER A SUS HIJOS SE RECONSTRUYO EL HIMEN PARA VOLVER A SER VIRGEN?"; "por lógica cuando pariste se te quitó lo virgen? #aynomames que el himen era elástico". En ese juego de simulación, del "como si existiera y fuera una mujer cualquiera y, a su vez, no lo fuera", otro tuitero se coloca en el lugar opuesto de la interpretación católica y de manera pícaro y sarcástica, a la vez, le ofrece directamente a la Virgen tener sexo con ella, como si fuera un acto inocuo, inofensivo y no estuviera reglado según la religión -como es el estar casados para ello-; y, lo que es más importante, como si no representara todavía algo más prohibido para "la siempre virgen María": "#PreguntasParaLaVirgencita te puedo quitar lo virgen?"; "#PreguntasParaLaVirgencita cojemos?"

El espacio del *hashtag* también juega, cuestiona, así como ridiculiza el mito de la aparición y la figura de Juan Diego. Frente a la noción de la Iglesia católica de que la aparición de la Guadalupana fue un acontecimiento milagroso, algunos tuiteros lo trivializan, y, de modo paródico, lo reducen a un acto común y corriente situado en la vida cotidiana y no en el pasado, sino en la actualidad: "Fue Juan Diego un elegido o nada mas porque iba pasando por el Tepeyac? #LaNeta"; "por qué Juan Diego no tomo el Metrobus en lugar de irse caminando o corriendo; por que no traía saldo?". La visión también de que la Virgen quedó estampada en el ayate como un hecho sobrenatural es fruto de burla y denuncia: "Ya neta!,... de verdad te le apareciste a Juan Diego? O el mando a estampar tu foto?... se seria pliss"; "Te diseñaron con ILLUSTRATOR o COREL DRAW? #YaoMingface". Y la idea de que se trataría de una pintura y no un estampado se repite en varios tuits. En algunos, de forma más paródica, señalando las incoherencias pictóricas: "¿Por qué el ayate donde se apareció al indio mide 2.30 mts si el indigena medía a lo mucho 1.60?.. Milagro!!". En otros casos de formas más serias: "Según la medida del ayate, usted mide más dedos metros, ¿es

cierto? Entonces ¿es la imagen del ayate una pintura?” Y en un caso, el tuitero abandona el tono jocoso e interrogativo y se coloca en el lugar del que denuncia un acto de engaño de parte de los que habrían puesto a circular esta imagen supuestamente sobrenatural en la Colonia; para ello, retoma reflexiones académicas de la historia del arte: “es una pintura, corresponde con el arte de la época y es copia de la virgen de Guadalupe de Guadalajara España”, aunque cabe aclarar que no es una copia, como señalamos antes.

Un aspecto fundamental de la representación guadalupana, así como de otras imágenes marianas que siguen la tradición iconográfica de “la mujer rodeada de sol”, según Von Wobeser (2015) o de la “Virgen apocalíptica” de acuerdo con Vargas Lugo (1987, p. 61), suscita en algunos tuiteros reclamos a la Guadalupeana, porque la Virgen aparecería “pisando” a un niño. Lo que, según historiadores del arte pictórico religioso, sería un ángel o querubín sosteniendo una media luna, representación de la victoria de los españoles contra los musulmanes, en el espacio del *hashtag*, se trataría de un “niño” que está siendo aplastado por la Virgen: “Virgencita!!!! ya viste que estas pisando a un niño ????”; “si eres tan santa ¿por qué pisas niños?”; “...¿porqué pisas a un niño?”; “¿por qué lo pisass?”; ¿Por qué lo aplastas?” El clima de juego irónico toma en ciertos discursos un tono sarcástico, un tanto humillante. Más de 20 veces se postean en el *hashtag* tuits parecidos y 4 memes recuperan una imagen tradicional de la aparición de la Virgen, en la que se inserta un globito, -como en las historietas-, en la boca de la figura de Juan Diego, en el que se lee: “Lupita! Estás pisando a un niño!!!” Una transgresión clara al mito aparicionista y a la iconografía guadalupana que lo representa. El personaje de Juan Diego deja de ser el indio sometido que la venera para convertirse en un sujeto en una posición más igualitaria que le reclama a la Virgen de tú a tú su comportamiento (ver imagen 6).

Imagen 6

*Meme anónimo recuperado varias veces en el hashtag
#PreguntasParaLaVirgencita*



Fuente: Navarrete, S., [@StephBarbie] (13 de diciembre de 2012). #PreguntasParaLaVirgencita ¿Por qué lo aplastas? [Tweet]⁷.

Esta imagen, junto con otras representaciones tradicionales de la aparición de la Guadalupana a Juan Diego, forman parte de una producción memética encontrada en Internet, en la cual se le ponen globitos a la Virgen o a Juan Diego y les hacen decir algo singular; mensajes que pueden tener un sentido convencional, ligado a las creencias católicas y al culto guadalupano, pero que se reciclan en una coyuntura específica o pueden manifestar otros sentidos transgresores (Zires, 2019, pp. 36-37).

⁷ <https://twitter.com/StephBarbie/status/279124553211469824>

Formas múltiples de parodización y burla de “La Rosa de Guadalupe”

Como ya mencionamos antes, un número importante de tuits retomaron de forma paródica el programa televisivo producido por Televisa de “La Rosa de Guadalupe”, el cual surgió en 2008 y ha tenido tanto éxito comercial que se le puede seguir viendo diariamente en México en el Canal de Las Estrellas y ha sido exportado a 23 países, como a Estados Unidos y algunos de América Latina⁸. El programa está dedicado a promover la creencia en la milagrosidad de la Virgen de Guadalupe en cada capítulo. Sigue las pautas de un melodrama con final feliz. Retoma los conflictos típicos de desamor y reconocimiento social, de infidelidad y violencia conyugal, pero incluye también otros temas nuevos que tienen que ver con dramas más actuales vividos en la adolescencia: la drogadicción, el *bullying*, la discriminación por ser diferente, por ser emo (de una estética derivada del estilo *hardcore punk*), ser homosexual, así como la violencia sexual, todos ellos situados frecuentemente dentro del marco de la escuela y la familia.

En todos los programas, una vez expuesto el conflicto que se presenta como irresoluble, uno de los personajes principales más afectados o cercano a estos le pide ayuda a la Virgen, le reza y al poco tiempo aparece de una manera sorpresiva una rosa blanca sobre un altar casero que tiene una imagen de la Virgen de Guadalupe. Mientras el conflicto persiste, la rosa permanece intacta y no se marchita; cuando este se resuelve, la rosa se desvanece en una brisa que se eleva al cielo y se escucha una melodía orquestal en el momento final. En general, termina con una moraleja, y, frecuentemente, mientras se desvanece la rosa, el personaje beneficiado por el milagro brinda una enseñanza explícita. Todos los programas plantean como solución fundamental a los dramas sociales: rogar a la Virgen y venerar a la Guadalupana (respetar el culto a ella).

Este programa ha sido también objeto de críticas por parte de ciertos sectores de la Iglesia católica que consideran que el mensaje cristiano católico no se da a conocer en este realmente,

⁸<https://eldiariomx.com/2020/02/07/la-rosa-de-guadalupe-el-mas-visto-en-latinoamerica/>

ya que solo se promueve una actitud de exigencia de milagros a la Virgen.

En el *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita encontramos una crítica directa al programa: "No te da pena el programa de la rosa de Guadalupe? Deaseaste nunca aver nacido por ese programa?"; "porque sigue la basura de la rosa de guadalupe? Jajajajaja"; y "tu que todo lo puedes, podrías mejorar "La Rosa de Guadalupe"?" Sin embargo, lo que predominó en este espacio sociodigital fue la ironía paródica relacionada con los símbolos de la milagrosidad de la Virgen que aparecen en el programa; las rosas blancas, y la brisa, a la cual los tuiteros le llaman "vientecito" o "airecito". En la mayoría de estos casos, los tuiteros jugaron a ser como los personajes del programa que tienen el derecho de solicitar milagros y de que se les aparezca la rosa, así como de sentir "el vientecito": "¿Algún día sentiré el vientecito de la "Rosa de Guadalupe" Di que si Porfas "?"; "Cuando me traes una Rosa de Guadalupe?" En otros casos, la petición se convierte en reclamo más sarcástico por no haber recibido esas pruebas: "¿Por qué concedes los milagros de la rosa de Guadalupe y los míos no? ¿Qué tienen ellos que yo no tenga?"; "Por que cuando pido algo no se me aparece la rosa blanca?" Algunos reclamos son claramente soeces: "¿Por qué a la gente pendeja de la Rosa de Guadalupe le echas airesito y le cumples los deseos? y a mí ni un pedo." La ironía en su forma sarcástica devela una crítica y una denuncia, aunque velada: la Virgen no es milagrosa.

Crítica irónica a la comercialización de la fe

Muchos de los tuits aluden irónicamente a la dimensión comercial del fenómeno guadalupano, a la mercantilización de la fe, de las creencias, del culto y del programa siguiendo las reglas de la interrogación: "¿Es un CRIMEN enriquecerse a costillas de la FE?"; "¿Hay REGALÍAS por la Rosa de GUADALUPE? ¿Es un CRIMEN enriquecerse a costillas de la FE?" Y en ese marco conversacional aparece la noción de que las productoras de televisión explotan el fenómeno, TV Azteca y sobre todo Televisa: "es cierto que Televisa y Azteca también explotan tu imagen??" Varios tuits se repiten: "¿Es cierto que a ti también televisa te explota?" Algunos hasta le piden castigos contra la televisora: "Que castigo tienes planeado para Televisa

por la burla que te hacen en "La Rosa de Guadalupe"?"; "¿Por qué no incendias #televisa por lucrar y abusar de la fe de las personas en tu nombre?"

En ese juego irónico, los tuiteros colocan en sus enunciaciones a la Virgen en el lugar de la artista o protagonista principal del programa que tuvo que pasar por un casting, como si fuera dueña de su imagen y tuviera derechos comerciales en su manejo. De ahí que se le pregunte si le paga Televisa y cuál es el monto de las regalías: "¿Fue difícil ser elegida para el casting de "La Rosa De Guadalupe"?"; "que se siente ser protagonista de la rosa de Guadalupe en televisa?"; "Te pagan regalías por "La Rosa de Guadalupe"?"; "Te pagan los de Televisa por mal usar tu imagen? #creoquesi"; "cuánto te pagan por hacer la rosa de Guadalupe?" En otros tuits irónicos se le ubica como productora de los efectos especiales que simulan su milagrosidad en el programa: "y neta cuando le echas la mano a alguien siente el airesito como en la rosa d guadalupe o son mamadas d televisa?"; "Quien sopla el airecito en tu programa "La Rosa de Guadalupe"?"; "usan Ventilador enla rosa de Guadalupe o encerio eres tu? JAJAJAJAJAJAJAJAJAJAJAA". Las rosas que simbolizan también la escucha de la Virgen y el inminente milagro por venir, son objeto de ironías entre los tuiteros que le preguntan de múltiples maneras lo que se gasta anualmente en su compra y dónde las consigue: "Cuanto gasta en rosas al año? con eso de la Rosa de Guadalupe o ¿Es la misma pero de plastico?"; "las rosas que deja en su programa las compra en el mercado de jamaica?" Y en ese juego del "como si" y la simulación, algunos tuits equiparan el milagro a una mercancía que se compra y vende, en donde el tuitero lo podría comprar y la Virgen venderlo: "en cuánto la docena de rosas? Incluye el airesito o se venden por separado?"; "Si pido un milagro, ¿La rosa ya viene incluida?".

La ironía satírica permite a los tuiteros hacer una crítica velada sobre la dimensión comercial del fenómeno guadalupano, hacia Televisa, y, en otro momento, también hacia la Iglesia que lo permite: "¿Qué se siente que lucre la Iglesia con tu imagen, Madre?"

Ironía satírica sobre la estrategia de sometimiento de los españoles sobre los indígenas

La crítica sociohistórica también permeó este espacio sociodigital, aplicando las reglas de la ironía e interpelación interrogativa a la figura de la "Virgencita". En estos casos, los tuiteros retomaron nociones y conocimientos provenientes de las disciplinas de la sociología e historia en relación con el origen y papel del mito y culto guadalupanos en tiempo de la Colonia, aunque formulados con formas coloquiales. Desde esa perspectiva, la figura de la Virgen es "un invento" o "puro cuento" para someter a los indígenas: "es cierto que eres un invento de los españoles para someter a los indígenas de esa época?.."; "¿Qué eres puro cuento de los españoles para que los indígenas creyeran en la religión Católica?" En algunos tuits se establece la relación que habría entre el culto a la Guadalupana y a la deidad de Tonantzin, que se veneraba en el mismo lugar antes de que llegaran los españoles: "¿Es cierto que eres un producto de la mercadotecnia española y que antes eras una diosa prehispánica?"; "es cierto que fuiste una herramienta de control inventada x los españoles emulando a Tonatzin?" De hecho, una representación pictórica que supuestamente amalgama la figura de la Guadalupana y la Tonantzin es posteada en el *hashtag* con la siguiente frase de parte del tuitero: "Eres Tonatzin?" La imagen está firmada por Miyega SC y la fecha es de 2012, cuando el *hashtag* tenía mucha interacción. Otro tuitero escribe en ese mismo sentido: "... Hoy es el día de TONANTZIN no?" aludiendo precisamente a esa diosa prehispánica que se adoraba en el Tepeyac y que posiblemente fuera la verdadera o auténtica deidad venerada.

Varios tuits juegan con el tono preguntón, criticando y denunciando el papel ideológico de la figura de la Virgen: "que te hace sentir ser un icono de sumisión y manipulación?" En ese mismo sentido, otros tuiteros denuncian la no existencia de la Virgen, pero ironizando, al dirigirse precisamente a ella, como si existiera. Nuevamente el juego irónico: no existes, pero simulo que existes y te reclamo para poder expresar una crítica social, a saber, tu papel de hipnotizar a la nación, de "idiotizar": "¿como le haces para no existir y tener tarada a toda una nación?"; "¿por qué tienes idiotizado a todo México con tu supuesta existencia?" Un tuit lleva un sentido parecido al jugar con el meme tan

famoso en 2012, “Ola k ase”, que ya comentamos arriba: “ola k ase, idiotizando a un país o k ase?” En este sentido crítico y también paródico, es interesante resaltar un meme visual que circuló en 2012 en Internet y que fue posteado en el *hashtag*, el cual retoma nuevamente la imagen de la aparición de la Virgen a Juan Diego, pero con otros diálogos insertos en los globitos, en el que Juan Diego suplicante y arrodillado le pide a la Guadalupana: “Virgencita quítanos lo pendejo a los mexicanos” y la Virgen le responde: “Ay hijo, pero si yo fui quien los apendejo” (ver Imagen 7).

Imagen 7

Meme anónimo recuperado en el *hashtag*
#PreguntasParaLaVirgencita



Fuente: Sibeling 8*3, [@sibeling_01] (12 de diciembre de 2013) #PreguntasParaLaVirgencita Por qué hay presid... digo, gente tan tonteja? @EVIDEGARAY @jrsestaca @lacorneta40 [Tweet]⁹.

La noción del mexicano sometido, dominado ideológicamente por la religión y sobre todo por el culto guadalupano, aparece en forma de denuncia, sin ningún juego irónico, en un tuit: “El culto ciego e irracional a la Guadalupana es una invención que no deja a México crecer”.

⁹ https://twitter.com/sibeling_01/status/411232285707362304

Tendencias de pensamiento discriminatorias en la concepción de los devotos

Como ya señalamos antes, en este espacio conversacional surgieron diferentes concepciones del devoto y de la figura de la Virgen en relación con él. La gran mayoría poseía una connotación peyorativa y discriminatoria, por lo que aparecen descritos como ignorantes, vulgares, en resumen, "nacos", lo cual remite a una calificación clasista y racista¹⁰: "QUE SE SIENTE QUE EL DIA DE TU CUMPLEAÑOS SE LLENEN TUS JARDINES DE PURO NACO"; "Porque los nacos utilizan tu figura de tatuaje???" En un tuit que se repite cinco veces, le reclaman precisamente a la Virgen mantener a sus fieles en la miseria e ignorancia: "¿por qué tienes a tus fanáticos en la miseria y en la ignorancia?"; "porque eres la reina de america y son pobres los que te veneran e ignorantes". Pero lo que genera más agresividad de los tuiteros hacia los devotos son los peregrinos y las peregrinaciones y fiestas locales que se acostumbran en los barrios. Desde una concepción individualista de los derechos ciudadanos, varios equiparan las peregrinaciones con las manifestaciones que entorpecerían la vialidad, las cuales no deberían tener lugar: "porque se quejan de las manifestaciones y no de los peregrinos, para fines prácticos también estorban".

En ese contexto, surgen todo tipo de calificativos peyorativos hacia los peregrinos, como sucios, irresponsables y drogadictos: "¿por qué los peregrinos que van a verte van tirando basura y hechando cohetes a y abandonando a sus mascotas?"; "por que algunos de tus fieles, van en peregrinación drogándose? eso les levanta la fe?" Y no faltó la actitud criminalizadora de un tuitero hacia todos los devotos de la Guadalupana: "Asesinan roban extorsionan venden drogas violan, y se dicen fieles a María la virgen WTF [grosería en inglés]??".

Algunos de los tuits más repetidos estuvieron relacionados con lanzar cohetes, lo cual forma parte de las celebraciones a la Virgen y en general a los santos patronos locales en México. Los

¹⁰ En México se entiende por "naco" alguien vulgar, de malos gustos, sin urbanidad; generalmente el término se le atribuye a gente de bajos recursos o que es indígena, por lo cual connota un significado clasista y racista. Según el diccionario de la Real Academia Española, debe provenir del nombre de un grupo indígena "totonaco".

tuiteros criticaron en todo tipo de formas a este tipo de celebración colectiva, aludiendo a los derechos de los ciudadanos, o de formas más soeces: “¿Con qué derecho los peregrinos vienen a alterar la poca paz y orden del DF?”; “Es parte del festejo guadalupano joder a la gente”. El hecho de que los vecinos de dichas parroquias no pudieran dormir es motivo de uno de los tuits más reiterados dirigido a la Virgen en forma de ironía: “¿A ti si te dejaron DORMIR los pinches COHETES?”. Esto alimentó más ironías paródicas que retoman el mito de aparición y sátiras dirigidas a la Guadalupana: “Dime en que momento le dijiste a Juan Diego que querías que te tronaran cohetes a lo PENDEJO?”; “¿porqué pones a toda esa bola de indecentes a tronar cohetes?” Dos tuits escritos llaman la atención por su ironía al parodiar la noción de la Virgen como milagrosa y madre de Jesús: “Virgencita Escuchas mis ruegos? Porque creo ya se quedó sorda de tantos cohetes bomba que truenan los peregrinos!”; “Dice la Virgencita que sí de favorcito le paran a sus pinches cohetes, Están asustando al niño Jesús!! pendejos!”

En este apartado conviene subrayar, además, que la discriminación hacia a los creyentes es un tema poco trabajado en los estudios de la religión (Mosqueira, 2022).

La autodefinition de #PreguntasParaLaVirgencita: un espacio cómico y blasfemo

Resulta interesante analizar los tuits que reflexionan sobre la significación de este espacio para los mismos tuiteros que lo utilizan, la metacomunicación o comunicación sobre la comunicación. Sobresalen claramente los que lo definen como un espacio claramente cómico, divertido: “Jajaja no dejen de darse un buen topon cómico con #PreguntasParaLaVirgencita jaja”; “#PreguntasParaLaVirgencita JAJAJAJAJAJAJAAJJAJAAJJAJA MATENSE! JAJ”; “Hahahahahahaha que puta risa con el HT... #PreguntasParaLaVirgencita Hahahahaha”. Las frecuentes risas escritas “jaja” o “haha” en alrededor de 60 tuits dan a entender claramente la diversión que están experimentando los usuarios al participar en el *hashtag*: “Reí mil con los tuits del ht #PreguntasParaLaVirgencita”.

En otros dos tuits denominan la conversación de los tuiteros como un posible *bullying* hacia Jesús y la Virgen, aunque en este caso se formula en forma de pregunta irónica: “#PreguntasParaLaVirgencita¿Te molesta que le hagan Bullying a Jesús con chistes de “Tu Madre”?”; “este hasg tag es buling para ti?” El término *bullying* remite a una acción prolongada de violencia física o psíquica, de acoso, agresiones, insultos y burlas que se realizan generalmente en el ámbito de la escuela y que conllevarían a la exclusión. Utilizada en este espacio, implica la significación clara de un fuerte ataque a las figuras religiosas.

Varios tuiteros autocalifican precisamente sus mensajes con el término más claro de “blasfemias” que significan agresiones verbales u ofensas y burlas hacia las divinidades o los seres sagrados. Esto apunta al reconocimiento de que ese espacio sería un espacio desacralizador, aunque dan a entender que esto no les preocupa, por lo que se burlan del castigo divino que podrían recibir o del castigo que merecerían recibir por su afrenta a Dios: “Con cuántos Aves Marías me perdonas estás blasfemias? #PreguntasParaLaVirgencita”; “#PreguntasParaLaVirgencita Con cuántos Aves Marías me perdonas estás blasfemias? ¿666 están bien?”; “Jejejeje lo se me iré al infierno algún problema?”

Sin embargo, no todos los usuarios le confieren el mismo sentido a este *hashtag*. Algunos devotos católicos que entran al *hashtag* y dejan sus comentarios, critican ese espacio y a los que en él participan fuertemente, así como contraatacan al sentirse ofendidos y amenazan con castigos divinos. De acuerdo con ellos, este espacio sociodigital sería “tonto”, se dirían “puras babosadas” o “puras pendejadas”. Los que participan son calificados como “ignorantes”, “estúpidos” que “no se saben la historia de la virgen”. Los actos de enunciación que ahí se celebran son considerados como burlas y ataques claros a la Virgen: “#PreguntasParaLaVirgencita Porque los que te atacan siempre son ignorantes, intolerantes y ciertamente algo estúpidos?”; “¿Por qué hay tanto estúpido burlándose de ti? #PreguntasParaLaVirgencita”. Algunos tuiteros que se colocan en el lugar de los devotos, consideran que a pesar de las burlas y ataques por parte de algunos usuarios a la Virgen, estos acuden por ayuda a ella cuando tienen problemas: “oye por que

se burlan de ti muchos?y cuando se los esta cargando la verga a ellos o a un familiar te invocan mmm?"; "¿Por qué hoy se burlan de ti y cuándo tienen un problema te nombran chillando". Para estos tuiteros este espacio sería también "blasfemo", atacaría a las figuras religiosas: "Que pedo con el *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita, bien blasfemo, no esperen que un milagro los saque de la miseria PÓNGANSE A JALAR". Desde la mirada creyente y religiosa, un tuitero amenaza claramente con el infierno a los que participan en el *hashtag*: "Muchos se van a ir al infierno por sus jueguitos y preguntas pendejas de #PreguntasParaLaVirgencita".

Reflexión final escrita en primera persona

El análisis sociodiscursivo del *hashtag* #PreguntasParaLaVirgencita me introdujo en un mundo poco conocido para los estudiosos de la religión y especialistas en la significación contemporánea del símbolo guadalupano en México y otros contextos americanos. Me permitió conocer la manera como una pequeña "comunidad" de usuarios de *Twitter* puede cuestionar sin tapujos y con gran placer su creencia, los mitos que le dan asidero, las instituciones que la sustentan y legitiman, su comercialización mediática, entre otros aspectos. Se juega con todo lo que fundamenta el culto, se lo ridiculiza llevándolo a sus límites, y, por ende, haciéndolo inverosímil.

Me refiero a una comunidad en el sentido de que una gran mayoría de los tuiteros que utilizaron ese espacio, fuera de algunos usuarios que se colocan en el lugar de los devotos, compartieron una distancia con el culto guadalupano, compartieron también las reglas de interacción y las pusieron en práctica, así como ciertas normas de lo que se valía decir: interrogar a la Virgencita y, por lo tanto, todo lo que pudiera estar relacionado con su culto.

La perspectiva del análisis sociodiscursivo, apoyado en el estudio de las formas retóricas que alimentaban al *hashtag* y el enfoque enunciativo me resultaron muy reveladores de formas desacralizadoras del culto guadalupano existentes en el México contemporáneo, las cuales no se logran aprehender de una forma tan compacta como se presentan en este *hashtag*.

Es importante subrayar que el análisis de las múltiples formas irónicas de la producción tuitera me permitió reconocer que no todas tienen el mismo sentido. Algunas incitan a reír de una manera más lúdica, paródica e introducen un juego de simulación: “no creo, pero hago como que creo y de forma velada lanzo preguntas inocentes”, aunque haga retumbar los dogmas católicos. Esto queda muy claro cuando se relaciona con la manera como muchos tuiteros definen el espacio del *hashtag* como un espacio claramente cómico, de “JAJAJA”.

Existen otras formas más satíricas, más ácidas que incitan una confrontación más directa con la figura de la “Virgencita” y lo que ella podría representar, y dejan ver un enojo social de algunos usuarios contra un culto que les parece dominante en México y que ha promovido el sometimiento de la población desde la Colonia. La sátira y el sarcasmo configuran estos modos de enunciar.

Y existen algunos tuits, pocos, por cierto, que no utilizaron ninguna ironía, ningún juego paródico simulador y simplemente recurrieron a la estrategia de denunciar directamente las “falsedades” históricas que fundamentarían el culto, recurriendo, a veces, a estudios de tipo historiográfico.

El análisis de corte enunciativo me fue muy revelador, por ejemplo, al dirigir la mirada hacia los términos que usaba el tuitero para nombrar a la Virgen y estudiar los lugares en que la colocaban. Esto me llevó a reconocer el proceso de humanización que sufre la Santa Virgen de Guadalupe, como Lupita, una mujer común y corriente que tiene necesidades, deseos sexuales, y, que -aunque preserva la virginidad en el juego irónico-, ejerce su sexualidad hasta de formas muy transgresoras, lo cual suscita muchas interrogantes entre los tuiteros.

El conteo de los temas y su visualización gráfica permite mostrar la importancia del tema de la virginidad, del dogma de la “Inmaculada Concepción” y la injerencia en dicho mito de la figura del Espíritu Santo: “Olakaseconelespiritustooquease”. Todo un universo de sentido paródico y cuestionador de la figura guadalupana y de la Virgen María emergió en ese *hashtag*. Seguramente la imagen de la pureza de la Virgen como ejemplo

de la mujer ideal en la visión histórica de la Iglesia Católica estalla frente al escenario de lo que han dejado las luchas feministas desde hace muchas décadas.

Linda Hutcheon, en su análisis sobre la parodia posmoderna, plantea que este tipo de parodia permite tomar distancia sobre las representaciones pasadas, ironizarlas, ponerlas en duda, historizarlas, desnaturalizarlas. En ese sentido, contribuye a reflexionar sobre la política de la representación de la sociedad imperante, la cual estaría basada en representaciones pasadas.

A través de un doble proceso de instalación e ironización, la parodia señala cómo las representaciones presentes vienen de representaciones pasadas y qué consecuencias ideológicas se derivan tanto de la continuidad como de la diferencia (Hutcheon, 1993, p. 187).

Considero que asistimos a un proceso de desacralización muy claro. Por eso, algunos tuiteros subrayan esta dimensión de su habla colectiva cuando consideran que están escribiendo “blasfemias”, aunque al develarlo o confesarlo no dejen de ser irónicos y resultan posiblemente más irreverentes. De esa manera, ellos mismos subrayan ser partícipes de un proceso de profanación de la figura religiosa y, por lo tanto, de su desacralización, de lo cual parecen estar orgullosos.

El análisis de los *hashtags* relacionados con la Guadalupana y otras figuras religiosas se puede convertir en un espacio interesante de reflexión analítica para indagar en los procesos de desacralización de dichas figuras en conversaciones públicas en las redes sociodigitales.

Referencias bibliográficas

- Benveniste, E. (1977). *Problemas de lingüística general I*. Siglo XXI.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario del Análisis del Discurso*. Amorrortu.
- Durkheim E. (1982). *Las Formas Elementales de la vida religiosa*. Alianza Editorial.
- De la Torre Villar, E. y Navarro de Anda, R. (1982). *Testimonios Históricos Guadalupanos*. Fondo de Cultura Económica.
- Hutcheon, L. (1993). La política de la parodia posmoderna. *Criterios*, Edición dedicada a Bajtin, 187-203.
- La Corneta. [@lacornetafm]. (12 de diciembre de 2013). Top 10 #PreguntasParaLaVirgencita No.1: "ola k ase, con el Espíritu Santo o k ase?" [Tweet]. <https://twitter.com/lacornetafm/status/411237212672385024>
- Lafaye, J. (1977). *Quetzalcóatl y Guadalupe. La Formación de la Conciencia Nacional en México*. Fondo de Cultura Económica.
- Mosqueira, M. (2022). Discriminación por motivos religiosos, una agenda de investigación necesaria. *Revista Cultura y Religión*, 16(2). i-v. <https://revistaculturayreligion.cl/index.php/revistaculturayreligion/article/view/1106>
- Navarrete, S. [@StephBarbie]. (13 de diciembre de 2012). #PreguntasParaLaVirgencita ¿Por qué lo aplastas? [Tweet]. <https://twitter.com/StephBarbie/status/279124553211469824>
- Rodríguez, P. [@luisgarcia_rdz]. (12 de diciembre de 2013). #PreguntasParaLaVirgencita [Tweet]. https://twitter.com/luisgarcia_rdz/status/278989061472002049
- Romero, G. (2021). Orden, Familia y Educación Sexual. Análisis de la trama de sentidos en torno al movimiento #ConMisHijosNoTeMetas en Argentina. *Revista Cultura y Religión*, 15(1), 75-107. <https://revistaculturayreligion.cl/index.php/revistaculturayreligion/article/view/876>
- ShitSoyAle. [@alee_cruuz]. (12 de diciembre de 2012). Quisiera utilizar este Hashtag -> #PreguntasParaLaVirgencita (Pero siento que sería una falta de respeto [Tweet]. https://twitter.com/alee_cruuz/status/278985961315119105
- Sibeling. [@sibeling_01]. (12 de diciembre de 2013) #PreguntasParaLaVirgencita Por qué hay presid... digo, gente tan tonteja? @EVIDEGARAY @jrsestaca @lacorneta40 [Tweet]. https://twitter.com/sibeling_01/status/411232285707362304
- Silva, C. N. da, y Nalesso, A. P. P. (2023). Manifestações religiosas durante a pandemia: o conservadorismo religioso no Brasil. *Revista Cultura y Religión*, 17, 1-20. <https://revistaculturayreligion.cl/index.php/revistaculturayreligion/article/view/1101>
- Vargas Lugo, E. (1987). Notas sobre iconología guadalupana. En *Imágenes Guadalupanas*. Cuatro Siglos. Fundación Cultural Televisa y Centro Cultural Contemporáneo, pp. 49-56.

- Von Wobeser, G. (2015). "Antecedentes iconográficos de la imagen de la Virgen de Guadalupe", *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, 37(107), 1-58.
- Zires, M. (1992). Nuevas estrategias político-religiosas. -Cuando Heidi, Walt Disney y Marilyn Monroe hablan por la Virgen. Versión, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, 2, 57-94.
- Zires, M. (1994). Los mitos de la Virgen de Guadalupe, su proceso de construcción y reinterpretación en el México pasado y contemporáneo. *Méxican Studies/ Estudios Mexicanos*, Universidad de California, Vol. 10, 2, 281-313.
- Zires, M., y Pernasetti, C. (2015). El exvoto pictográfico guadalupano en el México contemporáneo. Una visión comunicativa y discursiva. *Revista Cultura y Religión*, 8(1), 168-190.
- Zires, M. (2019). Desafíos en el estudio de las imágenes religiosas. Un recorrido a través de la iconografía guadalupana. En Bárcenas, Karina y Delgado, Cecilia y Suárez, Hugo (2019). *Estudiar el fenómeno religioso hoy: caminos metodológicos*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, 191-227.

* Este artículo es producto de la investigación "Estudio de las manifestaciones contemporáneas, mediáticas e hipermediáticas del mito y símbolo de la Virgen de Guadalupe, así como de sus apropiaciones en diferentes grupos sociales y contextos culturales en México y Estados Unidos" de los años 2017 a 2022. La autora agradece la valiosa colaboración de Aldo Cicardi, Amara Enríquez y Elena Ledesma como asistentes de investigación.

** Doctora en Filosofía, Universidad de Frankfurt, Alemania. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México. margaritazires@gmail.com